Communiqué de presse

Paris, le 20 mai 2014

La liste Pacitel
pour un démarchage téléphonique responsable et une protection des consommateurs renforcée, fête ses 2 ans et demi

La prospection téléphonique est une activité utile à l'économie : elle offre un service aux consommateurs, notamment en matière d'information, et elle est créatrice d'emplois en France, en particulier dans des zones où les emplois sont rares.
La liste Pacitel permet aux consommateurs qui le souhaitent de ne plus recevoir d'appels de prospection commerciale de la part **des entreprises adhérentes au dispositif**. Pacitel est le fruit, en décembre 2011, d'une initiative volontaire de l'Association Française de la Relation Client (AFRC), de la Fédération du E-commerce et de la Vente à Distance (FEVAD), de la Fédération Française des Télécoms, de la Fédération de la Vente Directe (FVD) et du Syndicat National de la Communication Directe (SNCD), avec le soutien des Pouvoirs Publics.
Son objectif est triple et « gagnant-gagnant » :
- Maintenir le démarchage téléphonique comme un service pour le consommateur dans le cadre d'une relation de confiance avec les entreprises
- Générer des contacts utiles et productifs pour les entreprises, en conséquence plus efficaces
- Préserver les milliers d'emplois directs et indirects créés par le secteur.

Aujourd'hui, la liste Pacitel enregistre plus **d'un million de consommateurs, deux millions de numéros de téléphone** (30 % de mobiles) et près de 3 000 inscriptions nouvelles par semaine.

Pacitel renforcé par le législateur

La loi[1] consommation, promulguée dont le décret d'application doit être publié dans les jours à venir, rend obligatoire le respect d'une liste d'opposition par toutes les entreprises pratiquant la prospection téléphonique.
Les Fédérations professionnelles à l'initiative de la création de la liste ont largement soutenu cette mesure équilibrée qui a l'avantage de concilier enjeu économique et protection du consommateur et mettront tout en œuvre pour que l'Association Pacitel soit désignée lors de l'appel d'offres public pour gérer la liste d'opposition.
La loi consommation vise notamment à :
-**interdire** à une entreprise appelant en France, directement ou par l'intermédiaire d'un tiers agissant pour son compte (centre d'appels, opérateur même basé à l'étranger), de démarcher téléphoniquement un consommateur inscrit sur cette liste
-**renforcer** le devoir d'information des entreprises sur l'existence de la liste d'opposition au démarchage téléphonique vis-à-vis des particuliers. Le consommateur qui ne souhaite pas faire l'objet de prospection commerciale par voie téléphonique peut gratuitement s'inscrire sur cette liste d'opposition.
-**interdire** à un professionnel la location ou la vente de fichiers contenant les coordonnées téléphoniques de personnes inscrites sur la liste d'opposition au démarchage.
-**proscrire** l'utilisation des « numéros masqués » lors des appels de démarchage téléphonique.

La loi prévoit des amendes administratives dissuasives pouvant aller jusqu'à 75 000 euros par société et pouvant faire l'objet d'une publicité.
Les seuls secteurs exclus de cette loi sont le caritatif, les associations humanitaires, les instituts de sondages et la presse (prospection en vue de la fourniture de journaux/magazines).

Il appartient dorénavant aux entreprises non inscrites à Pacitel et concernées par la prospection téléphonique de se mettre en conformité avec cette loi.

Celles qui adhèrent déjà au dispositif Pacitel poursuivront leur engagement à retirer de leurs fichiers de prospection tous les numéros inscrits sur la liste Pacitel (et à les actualiser régulièrement), ainsi qu'à respecter une charte déontologique mise en œuvre avec le dispositif en décembre 2011 (politesse et clarté de la présentation, respect d'horaires convenables, affichage du numéro…).
De nombreuses entreprises telles que Virgin Mobile, GDF Suez, Bouygues Telecom, Canal +, Toupargel , K par K, Euro CRM, Webhelp, C Discount, Acxiom, Adress Company, Dataneo…. ont témoigné de l'intérêt de leur adhésion : un démarchage ciblé auprès de clients disponibles et ouverts à leurs offres, un taux de transformation plus élevé et une image de responsabilité et de respect des besoins de tous .

Les entreprises qui n'adhèrent pas à ce jour au dispositif devront le faire afin d'être en mesure de retirer de leurs campagnes de prospection commerciale les numéros qui figurent sur la liste d'opposition.
Elles peuvent s'appuyer, si elles le souhaitent, sur l'organisation actuelle de Pacitel, pour les conseiller et les accompagner dans cette évolution.

Contacts presse
Pacitel et Fédération Française des Télécoms (FFTélécoms) : Dominique Martin 06 07 52 85 11
Association Française de la Relation Client (AFRC) : Bérénice Carrillo 01 53 05 75 23
Fédération du E-commerce et de la Vente à Distance (FEVAD) : Nathalie Laîné 01 42 56 38 86
Fédération de la Vente Directe (FVD) : Jean-Laurent Rodriguez 01 42 15 77 74
Syndicat National de la Communication Directe (SNCD) : Anne Beriot-Cayla 01 46 64 95 46

Pacitel : mode d'emploi
L'inscription sur Pacitel est simple, rapide et gratuite. Elle se fait sur le site Internet www.pacitel.fr. Chaque consommateur peut inscrire jusqu'à 6 numéros fixes ou mobiles sur lesquels il ne souhaite pas être démarché téléphoniquement par des entreprises dont il n'est pas client. A tout moment, il peut avoir accès à son compte personnel sur www.pacitel.fr afin de modifier ses numéros inscrits.
En complément, chaque consommateur peut signaler un appel non-désiré s'il considère que, malgré son inscription, une fois le délai de 1 à 3 mois pris en compte pour en assurer les effets, une entreprise dont il n'est pas client l'a démarché téléphoniquement, ou si un appel n'a pas respecté les recommandations déontologiques indiquées par Pacitel.

[1] Texte de loi définitif : http://www.assemblee-nationale.fr/14/pdf/ta/ta0295.pdf (cf. Section 4 - p33 à 35 « Régime d'opposition au démarchage téléphonique »)